

## PERANCANGAN *CORPORATE IDENTITY* BALI PAINTBALL ARENA SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN PRODUK KEPADA MASYARAKAT

Hendrikus Rian Prayuda<sup>1)</sup> Muhammad Bahrudin<sup>2)</sup> Abdullah Khoirriqqoh<sup>3)</sup>

S1 Desain Komunikasi Visual

STMIK STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)hendrikus.rian.p@gmail.com, 2)bahrudin@stikom.edu, 3) abdullah@stikom.edu,

**Abstract:** *Corporate identity is very important in imaging the purposes and objectives of a corporation. Inconsistenct state of corporate Visual identity can cause less familiar the company in society This is happens at Bali Paintball Arena wich is inconsistent in Visual identity so as to make people of Bali are not aware of this company. The problem is considered important because, Bali Paintball Arena is one of the tourist provider the adrenaline in the dewata island always visited by local and foreign tourists. Therefore, it takes a corporate visual identity being inconsistent and it can represent the company of Bali Paintball Arena as the company this can be easily recognizably visually by the local tourists and internationally. By way of issue and designed a visual corporate identity that can answer the needs of Bali Paintball Arena in introducing brand or corporate identity a company to the public at large.*

**Keywords:** *Corporate Identity, visual, consistent, Bali Paintball Arena*

Tujuan perancangan corporate identity Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat ini adalah, untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas, bahwa Bali memiliki wahana permainan paintball yang tidak kalah kualitasnya dibandingkan dengan wahana paintball lainnya yang berada di luar Bali. Permainan ini kurang dikenal masyarakat sekitar karena mereka menganggap permainan paintball sebuah hal yang baru. Hal ini merupakan permasalahan bagi Bali Paintball Arena untuk mengenalkan permainan paintball pada masyarakat.

Selama ini logo yang digunakan oleh Bali Paintball Arena tidak memiliki konsistensi pada pengaplikasiannya. Hal ini didasari oleh penggunaan logo yang berubah-ubah pada pengaplikasian pada media promosi terdahulu. Masalah ini juga berpengaruh pada kurang mengenalnya masyarakat luas mengenai Bali

Paintball Arena. Oleh karena itu Bali Paintball Arena membutuhkan sebuah logo yang konsisten dan dapat di aplikasikan pada semua media yang akan digunakan oleh Bali Paintball Arena, sehingga dapat dikenali oleh masyarakat.

Argenti (2009: 78), dalam bukunya *Komunikasi Korporat* mengatakan identitas sebuah perusahaan adalah manifestasi actual dari realita perusahaan seperti yang disampaikan melalui nama perusahaan, logo, motto, produk, layanan, bangunan, alat-alat tulis, seragam, dan barang-barang bukti nyata yang diciptakan oleh organisasi tersebut dan dikomunikasikan kepada beragam konstituen. Konstituen kemudian membentuk persepsi berdasarkan pesan yang dikirimkan oleh perusahaan tersebut dalam bentuk nyata.

Bali Paintball Arena merupakan wahana permainan paintball yang dibangun pada tahun 2010, dan berada dibawah naungan PT. Bali

Kodama Wisata. Perusahaan ini menempatkan diri sebagai wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dengan area yang memadai, yakni mengeksplorasi lahan seluas dua hektar dan berlokasi di pulau Bali.

Dari pernyataan di atas, disimpulkan bahwa dengan dibuatnya *corporate identity* ini diharapkan Bali Paintball Arena memiliki sebuah logo yang konsisten sehingga lebih di kenal oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka perumusan masalah ini adalah:

*Bagaimana merancang corporate identity Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat?*

## **METODE PERANCANGAN**

Metodologi penelitian terdiri dari dua metode, yakni metode kualitatif dan kuantitatif. Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi lebih valid mengenai Bali Paintball Arena. Berdasarkan definisi Marshal dalam Sarwono (2006: 193), menjelaskan bahwa kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengurai variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menggambarkan realitas yang kompleks, memperoleh pemahaman makna, dan menemukan teori. Dari penjelasan di atas di simpulkan bahwa, hasil yang di peroleh dari metode kualitatif adalah informasi tertulis atau lisan dari narasumber mengenai kondisi nyata dari objek penelitian.

Pengumpulan data dengan menggunakan metode kualitatif ini dapat menghasilkan data berupa teori-teori tertulis maupun pengambilan data secara langsung di lapangan. Hasil pengumpulan data ini digunakan sebagai dasar perancangan *corporate identity* berupa unsur-unsur visual desain maupun pemilihan jenis media pendukung lainnya.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Unsur penting untuk mengetahui garis besar permasalahan yang ada pada perancangan

*corporate identity* Bali Paintball Arena ini adalah melalui teknik pengumpulan data perusahaan. Pengamatan langsung yang dilakukan dilapangan digunakan untuk memperoleh hasil mengenai identitas dari perusahaan dan data penting lain mengenai permainan *paintball*. Konsep awal yang digunakan untuk merancang *corporate identity* Bali Paintball Arena mengacu pada data yang telah diperoleh.

## **Teknik Analisis Data**

Proses sistematis dalam teknik analisis data yaitu pencarian dan pengaturan wawancara, survey atau catatan lapangan, dan unsur-unsur pendukung data lainnya sebagai pemahaman, sehingga memungkinkan dijadikan pedoman untuk menampilkan data yang telah ditemukan.

## **Hasil dan Analisa Data**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara langsung yang dilakukan pada tanggal 23 November 2013 kepada Bapak I Made Suwardana selaku pemimpin dari Bali Paintball Arena, diperoleh hasil uraian sebagai berikut:

Wahana Bali Paintball Arena merupakan wahana permainan yang dibuka pada tahun 2010 dan berada dibawah naungan PT. Bali Kodama Wisata. Menurut beliau, pemberian nama Bali Paintball Arena karena perusahaan ini menempatkan diri sebagai wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dengan area yang memadai dan berlokasi di pulau Bali. Visi dan misinya adalah memperkenalkan permainan *paintball* kepada masyarakat, sehingga lebih dikenal sebagai salah satu permainan ekstrim yang ada di Indonesia.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi. Dalam observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan beberapa aplikasi logo dan gaya desain yang tidak konsisten. Diantaranya terdapat pada media promosi digital atau *website*, *banner*, *flyer*, poster, *branding* pada taksi, dan gambar pada merchandise *t-shirt* wahana Bali Paintball Arena. Hal ini menyebabkan Bali Paintball Arena kurang dikenal oleh masyarakat secara luas. Sehingga diperlukan adanya sebuah logo dan gaya desain yang konsisten dan dapat di

aplikasikan pada semua media yang akan digunakan Bali Paintball Arena agar dikenal oleh masyarakat.

Kesimpulan yang di dapat dari hasil observasi dan wawancara kepada Bapak I Made Suwardana adalah tidak konsistennya logo dan gaya desain Bali Paintball Arena yang diaplikasikan kedalam beberapa media promosi, sehingga Bali Paintball Arena kurang di kenal oleh masyarakat luas. Diperlukan identitas yang konsisten berupa logo dan gaya desain yang dapat di aplikasikan pada semua media agar Bali Paintball dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

### Studi Eksisting

Analisa studi eksisting ini adalah metode yang mengacu pada observasi yang telah dilakukan dalam perancangan terhadap obyek yang di teliti, logo, gaya desain, media promosi terdahulu, dan kompetitornya.

Hasil yang didapat dari studi eksisting yaitu melalui observasi yang dilakukan terhadap Bali Paintball Arena.

Pengaplikasian logo yang terdapat pada media promosi Bali Paintball Arena berupa *billboard* dan media promosi digital atau *website* sangat jauh berbeda.



Gambar 1. Logo Bali Paintball Arena pada *Banner*

Sumber:

<http://www.facebook.com/paintballbali>

Logo pada gambar 1 ini diaplikasikan oleh Bali Paintball Arena pada *Banner* yang ditempatkan pada bagian kanan dari *front office* dan lobi tempat pengunjung beristirahat.



Gambar 2. *Website* Bali Paintball Arena Laman *Home*

Sumber: [www.balipaintball.com](http://www.balipaintball.com)

Gambar 2 adalah tampilan desain laman *Home* pada *website* Bali Paintball Arena. Pada laman ini berubahnya logo sangat tampak jika dibandingkan dengan gambar 1.

### Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor berisi tentang penjelasan mengenai kemiripan produk yang di angkat. Kompetitor pada umumnya memiliki kemiripan produk yang secara tidak langsung menjadi daya saing, maka dipilihlah wahana Paintball Bali Pertiwi. Wahana ini berdiri pada tahun 2012 lalu, dan merupakan wahana yang tidak hanya menyediakan permainan paintball melainkan merupakan sebuah kombinasi aktifitas area yang meliputi *Rafting*, *Elephant Ride*, dan *ATV Ride*.



Gambar 3. Logo Paintball Bali Pertiwi

Sumber:

<http://www.facebook.com/paintballbalipertiwi>

Keunggulan dari Paintball Bali Pertiwi adalah memiliki kombinasi aktifitas yang digabungkan dengan permainan *paintball*. Paintball Bali Pertiwi juga memiliki kekurangan yaitu pada desain media promosi *website* yang kurang memiliki daya jual. Selain itu kekurangan lain ialah desain arena permainan yang meniru gaya desain dari Bali Paintball Arena, pernyataan ini berdasarkan pengamatan dan penuturan dari Bapak I Made Suwardana yang berani mengklaim bahwa, Paintball Bali Pertiwi telah meniru gaya desain

arena permainan dari Bali Paintball Arena, mengingat usia dari Paintball Bali Pertiwi yang terbilang baru.

### Analisis STP

STP merupakan analisis internal mengacu pada obyek yang diteliti, dalam hal ini adalah Bali Paintball Arena. Didalam STP terdapat beberapa unsur yaitu *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning*.

Menurut data hasil analisis *segmentasi*, *targeting* dan *positioning*, maka diperoleh analisis dan kesimpulan sebagai berikut:

1. Target pengunjung dari Bali Paintball Arena adalah pria dan wanita yang berasal dari golongan menengah sampai menengah keatas khususnya penyuka permainan, olahraga, kegiatan outdoor, dan hal-hal baru. Target pokoknya berumur 16-40 tahun, namun dalam hal ini digunakan rentan umur yang lebih luas, akan tetapi tidak menutup kemungkinan umur diluar 16-40 tahun menjadi targetnya.
2. *Positioning* dari Bali Paintball Arena adalah sebagai sebuah wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dan didalamnya menawarkan permainan yang bersifat ekstrim dan penuh ketangkasan, serta dapat memacu adrenalin pengunjung.
- c. Hasil analisis STP diatas diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan observasi dilapangan maupun menganalisis data-data yang ada.

### Konsep Keyword

Bali Paintball Arena merupakan sebuah wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dan didalamnya menawarkan permainan yang bersifat ekstrim, penuh ketangkasan, serta dapat memacu adrenalin pengunjung. Selain itu Bali Paintball Arena juga memiliki dua skenario permainan yaitu *Capture The Flag* dan *Attack and Defend*.

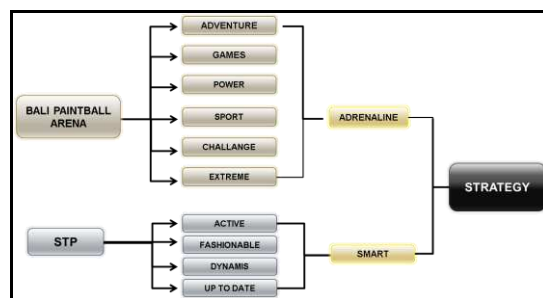
Didalam permainan *paintball* pada dasarnya menyuguhkan permainan yang sifatnya penuh tantangan, ekstrim, membutuhkan kekuatan, petualangan, dan dapat memacu adrenalin. Begitu juga sebaliknya, sifat-sifat tadi juga diangkat Bali Paintball Arena sebagai dasar permainannya.

Tetapi Bali Paintball Arena memiliki kelemahan karena wahana ini kurang dikenal oleh masyarakat luas akibat tidak konsistennya *corporate identity* yang diaplikasikan pada media promosinya.

Oleh karena itu Bali Paintball Arena membutuhkan identitas yang konsisten agar dikenal oleh masyarakat luas dan dapat diaplikasikan pada media promosinya.

Pemilihan kata kunci atau *keyword* dari perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena ini dipilih menggunakan pedoman dasar analisis yang telah dilakukan. Hasil dari analisis data berupa observasi, wawancara, dan analisis STP digunakan untuk menentukan *keyword*.

Menurut hasil data observasi dan wawancara diperoleh beberapa kata kunci, yaitu *adventure*, *games*, *power*, *sport*, *challenge*, dan *exteme*. Kemudian dari analisis STP didapatkan pula beberapa kata kunci yaitu *active*, *fashionable*, *dynamis*, *up to date*.



Gambar 4. Analisis *Keyword*  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

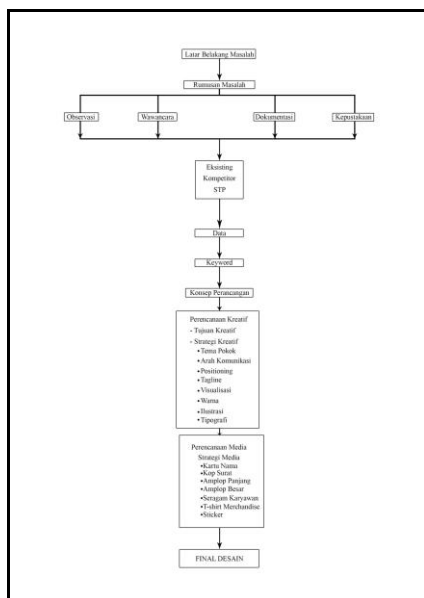
Hasil analisis keyword yaitu *adventure*, *games*, *power*, *sport*, *challenge*, *extreme*, *active*, *fashionable*, *dynamis*, dan *up to date*, kemudian dikerucutkan kembali arti dari definisinya, dan pada akhirnya dapat disimpulkan menjadi satu kata kunci inti yang menjadi dasar perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena.

### Deskripsi Konsep

Melalui hasil analisis akhir keyword, didapatkan konsep yang menjadi acuan dalam perancangan yaitu "*Strategy*". Definisi atau deskripsi konsep dari analisis akhir keyword "*Strategy*" ini adalah penyusunan rencana dalam memecahkan suatu masalah dan

penyusunan rencana di dalam sebuah tim agar dapat memenangkan suatu permainan. Dengan kata lain “*Strategy*” atau penyusunan rencana diarahkan pada bagaimana mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat melalui *corporate identity* yang konsisten yang di kemas secara modern. Didalam permainan yang disediakan Bali Paintball Arena juga dibutuhkan “*Strategy*” atau penyusunan rencana dalam sebuah tim untuk memenangkan suatu permainan.

### Konsep Perancangan



Gambar 5 Konsep Perancangan  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 5 merupakan skema atau susunan dari perancangan yang di urutkan mulai dari latar belakang, rumusan masalah, kemudian merambah pada urutan berikutnya sampai pada akhirnya ditemukan konsep yang menjadi pedoman didalam perancangan karya.

### Perencanaan Kreatif

#### Tujuan Kreatif

Dalam perancangan *corporate identity* untuk mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat, maka dibutuhkan sebuah konsep yang matang. *Corporate identity* dalam perancangan ini berupa logo, kartu nama, kop

surat, amplop panjang, amplop besar, seragam karyawan, t-shirt merchandise, dan stiker.

Kata kunci atau keyword yang telah didapatkan ini, digunakan sebagai acuan dalam memberikan visualisasi yang sesuai dengan *corporate identity* Bali Paintball Arena dalam upaya mengenalkan produk kepada masyarakat.

Kata kunci “*Strategy*” tersebut memunculkan tujuan kreatif visual dari perancangan *corporate identity* BPA yang dikonsep dengan tampilan visual bergaya modern dengan menghadirkan siluet pemain yang dihiasi percikan cat disekitarnya dan dikemas secara elegan. Pada setiap visual menggunakan tujuan kreatif yang memiliki daya tarik, sehingga masyarakat dapat mengenal dan mengingat Bali Paintball Arena sebagai salah satu wahana permainan *paintball* yang ada di Bali.

### Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan untuk merancang *corporate identity* Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat:

#### 1. Tema Pokok Perancangan/*Big Idea*

Tema pokok dalam perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena ini adalah “*Strategy*”. Yang dimaksud dari tema ini adalah bahwa didalam permainan *paintball* yang disediakan oleh Bali Paintball Arena membutuhkan strategi dalam sebuah tim agar dapat memenangkan permainan.

#### 2. Arah Komunikasi

Mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat sebagai salah satu wahana permainan *paintball* yang ada di Pulau Bali.

#### 3. Positioning

Menempatkan Bali Paintball Arena sebagai salah satu wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* yang didalamnya membutuhkan strategi sebuah tim agar dapat memenangkan permainan.

#### 4. Tagline (Verbal)

Tagline yang dipilih untuk perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena adalah “*Set Strategy To Win*”. Tagline ini dipilih berdasarkan permainan *paintball* yang memang pada dasarnya membutuhkan strategi agar dapat memenangkan permainan tersebut. Bahasa yang digunakan didalam tagline adalah

bahasa Inggris yang memiliki makna mengajak pengunjung untuk mengatur strategi agar dapat memenangkan pertandingan.

#### 5. Visualisasi

Bentuk visualisasi menampilkan karakter, ciri khas dari produk yang hendak diperkenalkan. Untuk perancangan logo dan *corporate identity* Bali Paintball Arena, bentuk visual yang dipakai adalah :

- a. Bentuk visual yang digunakan adalah tampilan ilustrasi gambar siluet pemain dan penambahan percikan cat yang berasal dari pecahnya peluru *paintball*, serta penambahan sentuhan elegan. Kesan yang digambarkan menjadi dasar agar masyarakat dapat mengenal dan mengingat wahana permainan Bali Paintball Arena.
- b. Dalam menentukan warna yang cocok dan sesuai dengan konsep perancangan yaitu “*Strategy*”, maka warna yang dipilih yaitu: Merah yang memiliki sifat mewakili permainan *paintball* yaitu menyimbolkan energi, gairah, kuat, ambisi, pemimpin, dan tenaga. Sedangkan warna Hitam ke-abuan menyimbolkan kekuatan, kecerdasan, serius, profesional, dan mengikuti kecenderungan sosial yang mewakili konsep dari perancangan yaitu “*Strategy*”. Berikut adalah komposisi warna yang terpilih :



Gambar 6. Warna Primer dan Sekunder yang Terpilih

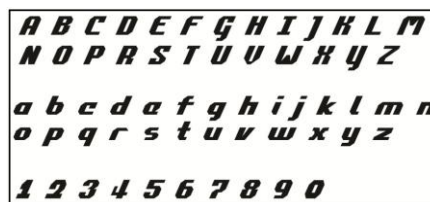
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

- Warna Merah sebagai warna primer dengan komposisi C1, M99, Y97, K0.
  - Warna Hitam keabu-abuan sebagai warna sekunder dengan komposisi C68, M61, Y59, K46
- c. Ilustrasi menggunakan gambar siluet dari pemain *paintball* yang menggunakan seragam lengkap dalam posisi menembak dan percikan dari cat yang berasal dari

pecahnya peluru *paintball* yang menggambarkan suasana di arena pada saat permainan *paintball* berlangsung. Ilustrasi ini digunakan untuk mewakili konsep “*Strategy*” yang ada pada Bali Paintball Arena.

#### d. Pemilihan Tipografi

Mengacu pada konsep perancangan, tipografi menggunakan tipe miring atau *Italic* untuk mewakili kesan “*Strategi*” yang diperoleh pada konsep perancangan. Tipe dari font atau huruf yang dipilih menggunakan jenis *Sans Serif* yaitu “*Commonwealth Italic*” dan “*Straczynski*” agar tidak mengurangi kualitas baca pada saat di cetak. Kedua huruf ini mencerminkan kesan “*Strategy*” dengan ketebalan huruf yang tegas dan dinamis.



Gambar 7. Tipografi “*Commonwealth Italic*” untuk *Logotype*

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 7 merupakan tipografi terpilih yang digunakan pada penulisan *logotype* dengan tipe *font* yaitu “*Commonwealth Italic*”. Tipografi diurutkan sesuai dengan abjad mulai dari huruf besar, huruf kecil, dan angka. Pemilihan tipografi mengacu pada konsep perancangan.



Gambar 8. Tipografi “*Straczynski*” untuk Nama BPA dan *Tagline*

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 8 merupakan urutan sesuai abjad mulai dari huruf besar, huruf kecil, dan angka dari tipografi terpilih yang digunakan pada



penulisan *tagline* dengan tipe *font* yaitu “Straczynski”. Pemilihan tipografi mengacu pada konsep perancangan.

### Strategi Media

Tujuan penggunaan media adalah untuk mengenalkan identitas dari Bali Paintball Arena kepada masyarakat dengan segmentasi yang telah ditentukan. *Corporate identity* yang digunakan diantaranya berupa:

#### 1. Kartu nama

Penggunaan kartu nama adalah sebagai identitas dan media pengenalan sehingga Bali Paintball Arena dapat selalu diingat bagi yang mendapatkan kartu nama ini. Keunggulan dari kartu nama ini adalah fleksibel, mudah dibawa, mudah disimpan, dan menjadi pedoman masyarakat untuk mencari alamat dari BPA.

#### 2. Kop Surat

Kop surat memiliki fungsi sebagai media untuk menulis dokumen penting yang akan dikirimkan kepada pihak lain. Kop surat ini mengacu pada kop surat pada umumnya hanya saja desainnya berpatokan pada konsep awal.

#### 3. Amplop Panjang

Amplop Panjang ini digunakan sebagai tempat untuk kop surat yang akan dikirim. Desain dari amplop panjang ini juga menggunakan konsep dari *Keyword*.

#### 4. Amplop Besar

Amplop Besar ini digunakan sebagai tempat untuk menyimpan dokumen penting maupun mengirim dokumen dalam jumlah yang lebih banyak dibandingkan dengan amplop panjang.

#### 5. Seragam Karyawan

Penggunaan seragam karyawan ini sebagai identitas staff yang bekerja di Bali Paintball Arena dalam melayani pengunjung. Seragam ini juga menyesuaikan karyawan BPA yang melayani pengunjung di dalam arena, maka dipilihlah bahan t-shirt yang mudah dalam perawatannya bila sewaktu-waktu tanpa sengaja terkena cat dari para pengunjung.

#### 6. T-shirt Merchandise

T-shirt ini merupakan cinderamata dari Bali Paintball Arena setelah bermain di wahana ini. T-shirt ini memiliki manfaat bagi BPA dalam mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas.

#### 7. Sticker

Desain dari stiker ini adalah logo baru BPA yang mengacu pada konsep perancangan. Dasar pemilihan stiker ini adalah sifatnya yang banyak memiliki manfaat dalam upaya mengenalkan produk.

#### 8. Graphic Standard Manual

Graphic Standard Manual ini merupakan media yang sangat penting, karena di dalam GSM ini terdapat berbagai aturan pengaplikasian komponen-komponen visual pada media. Aturan pada GSM ini juga sebagai acuan penerapan identitas dan menjaga konsistensi identitas dari Bali Paintball Arena, pada saat di aplikasikan ke berbagai media.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### (Implementasi Karya)

Sketsa Desain dan media yang dipilih adalah perpaduan dari bentuk-bentuk media yang dapat mendukung upaya pengenalan kepada masyarakat. Maka pada setiap desain dirancang sebagai berikut:

#### 1. Logo

Berdasarkan sketsa logo yang terpilih dan mengacu pada konsep “*Strategy*” digunakan untuk aplikasi pada media. Desain logo yang di aplikasikan pada corporate identity Bali Paintball Arena adalah sebagai berikut:



Gambar 9. Final Artwork Logo Bali Paintball Arena

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Konsep desain logo dipilih berdasarkan aspek-aspek yang mewakili Bali Paintball Arena (BPA), diantaranya adalah siluet pemain *paintball* yang berpose sedang membidik sasaran dan percikan cat dari peluru *paintball* pecah yang berada disekeliling siluet pemain *paintball*. Aspek-aspek tersebut direalisasikan kedalam bentuk logo Bali Paintball Arena seperti pada gambar diatas. *Logotype*

menggunakan tipe *italic* sebagai dasar untuk memperkuat konsep logo dari Bali Paintball Arena yaitu “*Strategy*” menggunakan inisial (BPA) yang merupakan singkatan dari Bali Paintball Arena. Kemudian penambahan kepanjangan Bali Paintball Arena untuk memperjelas nama dari wahana permainan ini.



Gambar 10. *Final Art Work* Black and White Logo BPA

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 10 merupakan hasil *final art work* dengan warna hitam dan putih dari logo Bali Paintball Arena. Penggunaan warna hitam dan putih pada desain *final art work* bertujuan sebagai acuan pengaplikasian logo pada *background* yang kontras dengan logo.



Gambar 11. *Grid System* Logo BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 11 merupakan pedoman ukuran logo dalam penerapan pada berbagai media. *Grid system* logo sangat penting guna mempertahankan konsistensi logo agar tetap pada ukuran aslinya.

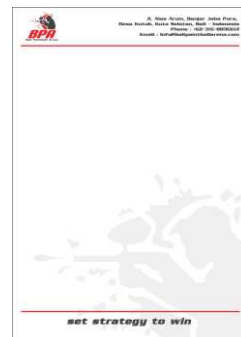
## 2. Kartu Nama



Gambar 12. Desain Kartu Nama BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gaya Desain pada kartu nama ini sebagai acuan utama yang akan di implementasikan pada semua corporate identity dengan perubahan kombinasi warna skunder dan warna primer. Kartu nama ini didesain dengan menggunakan warna dominan hitam dan merah. Sebagai bentuk visualnya, hanya menggunakan penonjolan ilustrasi *logogram*, *logotype*, *tagline*, dan identitas berupa nama manager beserta alamat BPA.

## 3. Kop Surat



Gambar 13. Desain Kop surat BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Desain dan konsep dari kop surat menyesuaikan dengan kegunaannya untuk media menulis surat penting yang ditujukan kepada pihak lain. Maka dari itu desain dari kop surat dibuat sederhana yang mengacu pada desain kop surat pada umumnya, dengan penambahan logo, alamat, dan *tagline* dari Bali Paintball Arena.



#### 4. Amplop Panjang



Gambar 14. Desain Amplop Panjang BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Desain dan konsep amplop panjang hampir menyerupai kartu nama, hanya saja ada sedikit perubahan pada penempatan logo, alamat dan *tagline*. Logo ditempatkan pada sisi kanan bawah amplop, kemudian alamat ditempatkan pada sisi kiri bawah amplop, dan *tagline* ditempatkan pada sisi kiri atas amplop. Semua elemen-elemen tadi terletak pada sisi depan amplop.

#### 5. Amplop Besar



Gambar 15. Desain Amplop Besar BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada desain dan konsep dari amplop besar juga memiliki kemiripan dengan kartu nama dan amplop panjang. Perbedaannya terletak pada kombinasi warna yang dominan merah, berbentuk seperti amplop besar pada umumnya, penempatan *tagline* pada sisi kanan bawah amplop, penempatan logo pada sisi tengah amplop, dan penempatan alamat pada sisi kiri atas amplop. Pada bagian belakang amplop juga ditempatkan *logogram* yang

sesuai dengan ketentuan yang ada pada *graphic standard manual* logo.

#### 6. Seragam Karyawan

Desain pada seragam karyawan menggunakan logo yang ditempatkan pada bagian dada dari seragam dengan ukuran besar yang menjadikan identitas dari BPA menjadi semakin terlihat. Kemudian Pada sisi belakang bagian atas seragam ditempatkan *tagline* sebagai pelengkap konsep dari *corporate identity* Bali Paintball Arena.



Gambar 16. Desain Seragam Karyawan BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

#### 7. T-shirt Merchandise



Gambar 17. Desain T-shirt Merchandise BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Desain dan konsep pada t-shirt merchandise ini hampir menyerupai desain seragam karyawan. Perbedaan antara t-shirt merchandise dengan seragam karyawan adalah pemilihan t-shirt yang menggunakan warna netral yaitu putih sehingga kontras dengan logo dan juga *tagline* pada bagian belakang atas t-shirt.

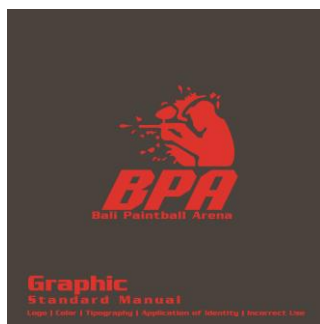
## 8. Sticker



Gambar 18. Desain *Sticker* BPA  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Penggunaan media *sticker* ini didasari oleh cara penerapannya yang mudah, praktis dan memiliki sifat *mobile* atau dapat berpindah tempat jika ditempel pada kendaraan bermotor maupun benda yang mudah dibawa lainnya. *Sticker* ini juga memiliki konsep sebagai aplikasi media yang digunakan untuk buah tangan setelah bermain di wahana Bali Paintball Arena. Maka dari itu mengingat segmentasi dari BPA sebagai permainan bagi masyarakat menengah sampai menengah atas, secara tidak langsung pengunjung akan menjaga *sticker* itu sebagai kebanggaan atau kenang-kenangan bahwa mereka pernah bermain di wahana Bali Paintball arena.

## 9. Graphic Standard Manual (GSM)



Gambar 19. Desain *Graphic Standard Manual* BPA

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Graphic standard manual merupakan pedoman dalam pengaplikasian logo yang baik dan benar pada setiap media yang dipilih. Isi

dari GSM meliputi desain logo, *grid* logo, warna logo, tipografi logo, pengaplikasian logo pada media, dan contoh pengaplikasian logo yang salah.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan implementasi karya yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Gagasan perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena adalah untuk memperkenalkan wahana permainan kepada masyarakat melalui logo dan identitas perusahaan yang konsisten.
2. Konsep yang didapatkan dari analisis *keyword* adalah "*Strategy*" yang memiliki makna, penyusunan rencana bagaimana mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat melalui *corporate identity* dan definisi lain dimana pada permainan *paintball* membutuhkan penyusunan rencana di dalam sebuah tim agar dapat memenangkan suatu permainan. Selanjutnya, konsep "*Strategy*" ini diimplementasikan dalam *corporate identity* Bali Paintball Arena.
3. Penggunaan *corporate identity* dalam perancangan ini berupa logo yang diaplikasikan kedalam *stationary set* meliputi kartu nama, kop surat, amplop panjang, amplop besar, seragam karyawan, *t-shirt merchandise*, dan *Sticker*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporat (Corporate Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.

### Sumber Internet:

<http://www.facebook.com/paintballbali> diakses tanggal 10 September 2013.

<http://www.balipaintballarena.com> diakses tanggal 15 September 2013.

<http://www.paintballindonesia.com> diakses tanggal 2 Oktober 2013.

<http://www.facebook.com/paintballbalipertiwi> diakses tanggal 4 Oktober 2013.

<http://paintballbalipertiwi.com> diakses tanggal 6 Oktober 2013.